

**Martin József Péter**

## **KONSTRUKTÍV KONFRONTÁCIÓ**

### **A műfaj követelményei és korlátai**

„Kérdései provokatívak voltak, de csak annyira, hogy inspiráltak, és nem bénítottak” – mondta nekem egy, később a Figyelőben megjelent interjú felvétele után az egyik vezető hazai üzletember. Az interjúban mindent megkérdeztem, amire kíváncsi voltam, alanyom egyszer sem adott kitérő választ. A hazai üzleti világ prominens képviselője sok esetben sarkos véleményt nyilvánított; a beszélgetésnek egyaránt voltak feltáró (leíró) és vitatkozás (konfrontatív) részei. Sokak szemében növelhette az interjú értékét, hogy a magyar üzleti elit szóban forgó személyisége ritkán szólal meg a sajtóban. A Figyelő munkatársaként a gazdasági, politikai döntéshozókkal készített interjúimból a fentit tekintem az egyik legsikeresebbnek. Még akkor is, ha a beszélgetés az erősen szakmai interjúk sorába tartozott, tipikusan egy üzleti lapba illett, vagyis a gazdaságilag képzetlen nagyközönséget aligha csigázta (volna) föl.

Az egész interjút áthatotta – a se nem baráti, se nem ellenséges – „konstruktív konfrontáció”. A kérdések és a válaszok konkrétak voltak, nyelvezetük erősen szakmai színezetet öltött. Miután visszahallgattam, és számítógépbe vettem a mintegy másfél órás beszélgetést, az volt a feladatom, hogy a gazdasági-üzleti szakzsargont csak „felhasználói” szinten ismerő olvasók számára is közérthető szöveget faragjak belőle. Ebben az esetben (sem) volt számomra kérdéses, hogy a beszélgetést rövidített és szerkesztett formában kell közölni (annak átfogó jellegénél fogva azért így is csaknem 10 flekk lett belőle) – vagyis nem szó szerint.

Mitől is lesz tehát az olvasó számára érdekes az írott sajtóban megjelent interjú? A már említett konfrontációt – ami természetesen nem jelenti az ellenszenv bármiféle megnyilvánulását az alany irányába – az interjú fontos elemének tekintem. Döntéshozókkal (elsősorban is politikusokkal) készülő interjúk esetében véleményem szerint szakmailag nem megengedett a csak leíró típusú kérdésfeltevés. Annál unalmasabb nagyinterjút elképzelni sem lehet, mint amikor csak nyitott kérdéseket teszünk föl a politikai és/vagy gazdasági-üzleti irányítói funkciót betöltő alanyoknak. Ha nem kérdezzük vissza, nem szembesítjük az alanyt a tényekkel (ha szükséges), vagy az alternatív véleményekkel (ilyen mindig adódik), akkor a „mikrofonállvány” szerepébe süllyedhetünk, akarva-akaratlanul legitimálva az alany mondandóját. Nagyobb terjedelemben az ilyen beszélgetés egyszerűen érdektelen lesz.

Két kivétel mégis adódhat. Egyfelől az, ha az alany villáminterjút ad; ebben az esetben a két-három kérdéses kisinterjú nélkülözheti a – fenti értelemben véve – konfrontatív elemet. Másfelől pedig akkor mellőzhetjük a konfrontációt, ha az alany személye annyira érdekes és/vagy mondandója olyan, az újdonság erejével ható információt tartalmaz, hogy az önmagában fenntartja az olvasói érdeklődést. A szakértői vagy portréinterjúk az utóbbi körbe tartoznak. Például egy tudós felfedezéseinek, véleményének közzétételére vagy egy sikeres művész vagy vállalkozó életútjának, teljesítményének bemutatására alkalmas lehet az ilyen típusú interjú.

Saját szakmai tapasztalatomból egy – szinte tisztán – konfrontatív beszélgetésre szemléletes példaként szolgál az egyik vezető hazai politikussal (szintén a Figyelőbe) készült interjú. Ennek során lényegében mindvégig az volt a feladatunk (egy kollégámmal ketten jegyeztük az írást), hogy szembesítsük őt a tényekkel, s olyan típusú egyszerű közbevetésekkel szakítsuk meg a mondandóját, hogy szemben azzal, amit állít – egy-egy gazdasági mutatószám például – a „statistikák szerint nem nőtt, hanem csökkent”. Vigyázni kell persze arra is, hogy ne essünk át a ló másik oldalára, azaz mégiscsak hagyjuk néhány nyitott kérdéssel kibontakozni alanyunk gondolatmenetét. Az egyensúly megtalálása kulcskérdés tehát a konfrontatív és a feltáró kérdések között.

Hiába van azonban véleményütközés az interjúban, ha hiányzik a műfaj alfája és ómegája: a felkészültség. A felkészületlen interjúvoló szánalmas, mert nem képes értelmezni, kontextusba ágyazni a riportalany szavait, és így utóbbi bármelyik válaszával képes őt „megvezetni”, dezinformálva ezzel az olvasót. Szintén elengedhetetlen kelléke a jó interjúnak, hogy az újságíró ne akarja mindenáron „dominálni” az alanyt; az olvasó ugyanis főleg az alany álláspontjára kíváncsi, s nem az újságíróéra.

Bizonyára vitát vált ki a szakmában, de – azon kevés kivételtől eltekintve, amikor az interjú viszonylag rövid, és az alany szinte nyomdakészen fogalmaz – nem vagyok híve a teljesen szó szerint közölt nagyinterjúknak. Nem gondolom, hogy az olvasót bármely lap hasábjain (tehát nem egy külön kötetben) – mondjuk – 20 flekkben érdekelheti bárkinek is a véleménye, márpedig egy hosszú, egyórás beszélgetés leírva legalább ennyit tesz ki. Másfelől pedig nagyon kevés az olyan közszereplő, akinek élőbeszédben elmondott szavai ne szorulnának szerkesztésre.

Más kérdés, hogy Magyarországon igencsak elharapózott az a gyakorlat, amikor az alanyok utólag átírják a teljes interjút. A Figyelő márkakönyve (brandbook) ezt a problémát úgy igyekszik orvosolni, hogy a visszaküldött, szerkesztett interjúban az alany csak kisebb változtatásokat hajthat végre, választai érdemi (tartalmi) részét alapvetően nem módosítja (nem javíthatja ki utólag, hogy „emelkedett”, ha élőszóban azt mondta, hogy „csökkent”), csak stilisztikai, illetve, tartalmi szempontból árnyalatnyi korrekciót hajthat végre a szövegen.

Ezzel kapcsolatban fontos és követendő alapelv, hogy a kérdések érintetlenek maradjanak; azokat az alany nem törölheti, és nem módosíthatja.

Fel van adva a lecke az újságírónak, ha alanya a beszélgetés során folyamatosan ki kíván lépni az interjúszituációból. Jómagam ezt egy ízben tapasztaltam meg. Akkor, egy hosszú beszélgetés során hazánk egy másik vezető politikusa – idegességét nem leplezve – számonkérően és szemrehányóan több kérdés kapcsán rendre megjegyezte: vajon miért is kérdezzük „ilyeneket”, biztos egy másik párt szekerét toljuk. Erről természetesen szó sem volt; mégis nehéz volt visszatérlni a beszélgetést a normális (mi kérdezzük, ő válaszol) mederbe. Itt jegyzendő meg, hogy az újságíró ezekben az esetekben kiszolgáltatott, hiszen az alany hozzájárulása nélkül az interjú nem jelenhet meg. Igaz, a szerzők is élhetnek a végső fegyverrel: nem közlik a beszélgetést. Ha azonban azt feltételezzük, hogy az interjúnak mindenképpen meg kell jelennie, akkor az alanynak és az interjú készítőjének egy bizonyos fokig együtt kell működnie.

Fontosnak tartom, hogy ne használjuk extenzíven az interjút mint műfajt. Nem véletlen, hogy a pragmatikus, tényközpontú angolszász sajtó (annak is főleg az üzleti része) – szemben a terjengősebb megfogalmazásokat használó, sok „gondolatkísérletet” tartalmazó német vagy francia lapokkal – ódzkodik az interjútól, legalábbis annak hagyományos, kérdés-válasz formájától. Ennek okait éppen abban kereshetjük, hogy a tradicionális interjú számos olyan „sallangot” tartalmaz – a megszólítástól kezdve az utalásokon keresztül az interjúszituációból néha óhatatlanul adódó „alákérdezésekig” –, amelyet egy függő beszédben megírt cikk nélkülözhet. A másik oldalról nézve: a függő beszédben a szerző szabadabban mutathatja be az interjú helyszínét, körülményeit és atmoszféráját, nagyobb terjedelmet szánhat az alany gesztusainak leírására, szavait azonnal értelmezni, adott esetben más véleményekkel szembevetni tudja. A Financial Times szombati számaiban közölt Ebéd az FT-vel (Lunch with FT), mintegy 3-5 flekkes írásokban az újságíró nem csak az alany véleményét kérdezi meg, hanem egyszersmind személyiségét is bemutatja. Ezek a kvázi interjúk egyszersmind portrék is – függő beszédben.

Magyarországon szinte elképzelhetetlen, amit egy múlt nyári számában a francia Le Nouvel Observateur művelt. A balközép orientációjú hetilap csupán kéthasábos (mintegy két flekkes) „interjút” közölt a jobbközép Nicolas Sarkozy államfővel. A francia hagyománytól is némileg szokatlan módon függő beszédben ragadta meg az államfő és a lap szerkesztőinek találkozásából a legfontosabb részleteket, mellőzve így mindenféle „sallangot”. Már az írás felcíme is sokat elárul a sajtó helyéről és szerepéről a francia közéletben: „A Nouvel Observateur az Élysée Palotában”. Magyarországon éppen ezzel ellentétes a gyakorlat; vezető közjogi méltóságokkal csak úgy képzelhető el az interjú, ha az „kellő” hosszúságú, minimum 5-6 flekk, s persze a hagyományos formában jelenik meg, arról nem beszélve, hogy a kommunikációs stábok aztán utólag szeretik átírni a válaszokat.

Az, hogy nálunk nagyon népszerű műfaj a „kérdézz-felelek” típusú interjú, két okra vezethető vissza. Egyfelől arra, hogy Magyarországon inkább a kontinentális hagyomány dívik, a csak a lényegre törő pragmatikus, tényközpontú újságírás legfeljebb az üzleti sajtóban jellemző. Másfelől az is hozzájárul az interjúk népszerűségéhez, hogy az olvasók e műfajt autentikusabbnak tartják az újságírói interpretációt inkább tartalmazó műfajoknál. Idehaza a sajtó és az újságírók presztízse – kevés kivételtől eltekintve – az idevágó közvéleménykutatások szerint alacsonynak mondható, így az olvasó kevésbé vágyik arra, hogy az újságíró értelmezze számára az alany mondandóját. Az interjú így objektív benyomást kelt, amely az alany álláspontját érintetlenül adja vissza, szemben az újságírói „torzításokkal”.